

Pere Franch

perefranch@gmail.com
Universitat Ramon Llull

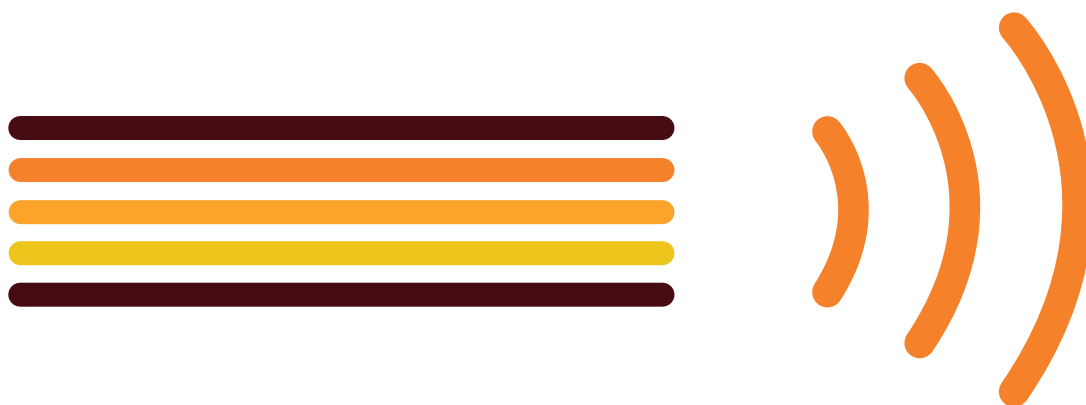
Javier Guallar

jguallar@gmail.com
Universitat de Barcelona i Universitat Ramon Llull

DIARIS I REVISTES: PANORÀMICA EDITORIAL I D'AUDIÈNCIES A CATALUNYA (2012-2013)

DIARIOS Y REVISTAS: PANORÁMICA EDITORIAL Y AUDIENCIAS EN CATALUÑA (2012-2013)

NEWSPAPERS AND MAGAZINES: THE CURRENT STATE OF PUBLISHERS AND READERS IN CATALONIA (2012-2013)



RESUM | RESUMEN | ABSTRACT

Es presenta una panoràmica de les publicacions periodístiques catalanes durant el bienni 2012-2013. Es mostren les dades d'audiència i de difusió dels principals mitjans d'informació diària (generalista, especialitzada, gratuïta, exclusivament digital i local) i no diària, i es comenten les novetats principals de les capçaleres informatives més importants en el període analitzat. Es mostra també una relació no exhaustiva dels nous mitjans apareguts durant el període, i se'n descriuen les característiques.

Se presenta una panoràmica de las publicaciones periodísticas catalanas durante el bienio 2012-2013. Se muestran los datos de audiencia y difusión de los principales medios de información diaria y no diaria, distinguiendo en los primeros entre prensa generalista, especializada, gratuita, exclusivamente digital y local, y se comentan las principales novedades de las cabeceras informativas más importantes en el período analizado. Se muestra también una relación no exhaustiva de los nuevos medios aparecidos durante el período, describiendo sus características.

This article examines the state of Catalan news publications during the years 2012 and 2013. It reviews readership figures and the daily and periodic publications in the main news media, where it distinguishes between the general and specialist press, free news publications, and exclusively digital and local publications. The article also examines innovative activities in the work of the main news providers for this period and gives a basic list of the new types of media that emerged.

PARAULES CLAU:

Prensa escrita catalana, Diaris electrònics, Diaris econòmics, Diaris esportius, Prensa gratuita, Periodisme.

PALABRAS CLAVE:

Prensa escrita catalana, Periódicos electrónicos, Periódicos económicos, Periódicos deportivos, Prensa gratuita, Periodismo.

KEYWORDS:

Catalan Press, Digital newspapers, Economical press, Sport press, Free newspaper, Journalism.

REBUT

14/08/2014

ACEPTAT

29/08/2014

1 INTRODUCCIÓ

La situació general que emmarca el bienni 2012-2013 pel que fa a la premsa és la de crisi de la indústria periodística, que s'ha fet patent en les reduccions de plantilles, especialment als grans mitjans, i també, com a efecte contrari, en l'aparició d'iniciatives, impulsades per periodistes, de creació de nous mitjans de dimensions mitjanes o petites (micromitjans). Pel que fa al consum, la crisi es manifesta amb una pèrdua permanent de vendes i de lectors dels productes impresos, que coincideix, per contra, amb una major i creixent presència en l'entorn digital, ampliat ara a les edicions per a dispositius mòbils.

Aquest procés inversament proporcional (menys implantació del paper i més implantació digital) ha provocat que la majoria d'empreses busquin fórmules per monetitzar els seus productes presents a Internet i compensar així les pèrdues constants de la seva producció en paper. En aquests dos anys es continua posant de manifest a Catalunya el fet que, al web, els grans diaris generalistes en paper, com ara *La Vanguardia*, *El Periódico*, *Ara* o *El Punt Avui*, han de competir amb els portals informatius digitals, des dels pioners *Vilaweb* o *NacióDigital.cat*, als d'aparició més recent com, per exemple, *Directe.cat*, *Racó Català* o *elSingular.cat*, que s'han fet el seu espai en el sector dels mitjans catalans a la xarxa.

2 DIARIS

2.1 Premsa generalista

En l'àmbit de la premsa generalista, el bienni 2012-2013 va ser un temps en què es va poder comprovar l'efecte de tres canvis importants que van tenir lloc a final de 2010 i 2011: la sortida al carrer del nou diari *Ara*, el 28 de novembre de 2010; l'aparició de *La Vanguardia* en català, el 3 de maig de 2011, i la fusió d'*El Punt* i l'*Avui* en una sola capçalera, el 31 de juliol de 2011.

Els intents dels grups d'aquests dos últims diaris (Grupo Godó i Hermes Comunicacions) d'ampliar la seva presència en el mercat de paper ha confirmat que en els darrers anys s'ha acceptat ja en el sector que "el model actual d'explotació de la premsa no pot perviure i els editors malden per trobar fórmules que facin viables les empreses periodístiques, en paper o sobre suports i serveis

digitals" (Corbella, 2013, 19). És per això que també s'han provat alternatives com la de crear murs de pagament, que consistirien a oferir per Internet alguns continguts gratuïts limitats i la resta únicament de pagament, a través de fórmules diverses.

Un altre fet que ha caracteritzat el sector és que "els editors han augmentat considerablement el nombre d'exemplars que arriben sense cost als lectors (gratuïts, compra d'exemplars i subscripcions pagades en bloc per institucions i empreses) en l'afany per mantenir xifres de distribució elevades" (Corbella, 2013, 27), cosa que no ha contribuït a millorar-ne el nivell d'ingressos.

2.1.1 Els principals diaris impresos/digitals

La Vanguardia ha optat per oferir en pagament algunes parts del diari de paper en la seva versió digital. Si bé els continguts en línia són gratuïts i oberts, els de l'edició en paper tenen la versió digital restringida als subscriptors. Pel que fa a l'organització empresarial, al final del 2013 el diari va viure un canvi de director: Màrius Carol, director de Comunicació del Grup Godó, va passar el 17 de desembre de 2013 a ser el director nou del rotatiu, en substitució de José Antich, que ocupava aquest càrrec des del 2000. Pel que fa a la difusió¹, el diari va patir, com la majoria (vegeu la taula 1), una davallada de la distribució en paper: segons l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD), el 2012 va registrar unes vendes de 172.263 exemplars diaris, mentre que el 2013 aquesta xifra va baixar a 152.320. Segons l'Estudi General de Mitjans (EGM), també va patir una davallada de lectors: a les sis onades de dades que publica l'Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) (març, maig i novembre de 2012 i de 2013) el nombre de lectors va passar de 850.000 (març de 2012) a 752.000 (novembre de 2013). Segons el *Baròmetre de la Comunicació i la Cultura*, el 2012 va tenir una mitjana de 840.000 lectors diaris i el 2013, de 730.000. Però aquesta davallada en audiència al mitjà imprès es correspon amb un augment de l'audiència en el mitjà digital. El febrer-març de 2012, *La Vanguardia* tenia 845.000 visitants únics al mes, xifra que al novembre

¹ La informació sobre la difusió i la presència dels mitjans s'ha elaborat a partir dels informes de l'Oficina de Justificació de la Difusió (OJD), el *Baròmetre de la Comunicació i la Cultura* que elabora la FUNDACC i l'*Estudi General de Mitjans* (EGM) que elabora l'AIMC. Cal dir que des de 2013 l'EGM i el Baròmetre publiquen junts un únic informe d'audiència.

de 2013 havia augmentat fins a 1.186.000, segons dades d'audiència d'Internet de l'EGM².

El Periódico va veure com al bienni 2012-2013 es consolidava el seu producte digital *e-Periódico*. La versió per Internet es va llançar al mercat el febrer de 2011 (*El Periódico*, 2011) i a final d'aquell any en presentaven les versions per a tauleta i telèfon mòbil. A través d'aquesta eina multiplataforma³ l'usuari subscrit té accés al contingut de l'edició impresa del diari, però el de la seva pàgina web continua sent gratuït. Pel que fa a la difusió, les xifres van baixar lleugerament: el 2012 va tenir una distribució mitjana de 107.512 exemplars diaris i el 2013 de 101.053, segons l'OJD. Segons l'EGM i el Baròmetre, també hi va haver una davallada de lectors, si bé les xifres van fluctuar més. Com en la majoria de diaris impresos, la versió en línia va veure incrementada la seva audiència en el bienni estudiat: va passar de 833.000 visites mensuals el març de 2012 a 1.029.000 el novembre de 2013, segons dades d'audiència a Internet de l'EGM.

Sembla que el diari que amb més èxit s'ha adaptat a l'entorn digital és *Ara*, que és el mitjà generalista en català que més visites té a la seva pàgina web. El diari imprès més jove de Catalunya va sortir el 28 de novembre de 2010; després del primer any, el bienni 2012-2013 va significar la consolidació d'aquest mitjà, que aposta decididament per un producte multiplataforma i no basa el seu model de negoci únicament en la versió en paper. Així, a part de ser molt present a les xarxes socials, té un canal de televisió per internet amb Antoni Bassas al capdavant. Els altres grans diaris també tenen el seu canal de televisió, però amb una producció molt menys significativa, si més no des d'un punt de vista quantitatiu. Durant aquest període, Mònica Terribas va deixar el seu càrrec de consellera delegada i editora del diari i va ser substituïda per Salvador Garcia com a conseller delegat i per Antoni Bassas com a editor (Gutiérrez, 2013). Amb motiu del seu tercer aniversari, el 28 de novembre del 2013, l'*Ara* va publicar al web un interessant interactiu titulat "*Tres anys de periodisme*".

2. Les dades de presència a Internet publicades per l'EGM no coincideixen amb la poca informació que s'ha publicat dels estudis fets per l'empresa ComScore, que és la que va guanyar el concurs el 2011 per mesurar l'audiència en línia a Espanya. L'AIMC i l'OJD continuen publicant gratuïtament les dades d'audiència dels mitjans que s'hi adhereixen.

3. Descripció de les característiques de *e-Periódico*: http://www.elperiodico.com/es/ext_resources/eperiodico/

Pel que fa a la difusió, l'OJD només publica dades referides a les vendes de dos períodes: de juny a agost de 2013 i de juny a desembre de 2013. En aquests dos períodes l'*Ara* va passar d'una venda mitjana diària de 15.071 a 15.787 exemplars; és l'únic mitjà de premsa escrita que va experimentar un augment en la difusió. El Baròmetre li dona unes xifres de lectors al voltant dels 100.000, amb un pic de 121.000 (octubre de 2012) i una vall de 96.000 (maig 2013). En la versió en línia, aquest diari tenia 1.046.000 visitants únics el gener de 2012 i el desembre de 2013 havia pujat a 1.578.000, segons les dades de l'OJD interactiva.

El cas d'*El Punt Avui* és paradigmàtic, perquè si bé la davallada en la distribució no va ser gaire significativa, ja que només va perdre en els dos anys uns 2.300 exemplars (va passar de 26.513 exemplars el 2012 a 24.201 el 2013), la tendència en pèrdua de lectors va ser més significativa (de 208.000 el febrer de 2012 a 144.000 el novembre de 2013), però, en canvi, la seva presència a Internet ja era destacable i en aquest període estudiat va augmentar considerablement, fins a 680.980 visitants únics mensuals el desembre de 2013. Ara bé, és interessant observar que el cas d'*El Punt Avui* pot ser un bon exemple de l'evolució soferta pels mitjans en el procés de la seva adaptació a Internet: el febrer de 2012 era el segon diari digital en català més visitat, darrere de l'*Ara*, i a desembre de 2013, tot i augmentar més d'un 23 %, va passar a ser el quart, per darrere de *Vilaweb* i *NacióDigital.cat*. *El Punt Avui* va ser un altre dels diaris que va introduir durant el període estudiat una modalitat de pagament, que limitava a deu els articles gratuïts al seu web (Comunicació, 2013a, 21).

2.1.2 Mitjans d'abast espanyol amb presència a Catalunya

Pel que fa als mitjans d'abast espanyol amb edició de Catalunya, cal destacar que *El País* informava en l'edició del 26 de maig de 2012 d'una remodelació interna (*El País*, 2012) que tenia per objectiu "la potenciació a Catalunya del diari", encàrrec que s'havia fet a Lluís Bassets, director adjunt. Pel que fa a la difusió, segons l'OJD, va ser de 324.814 exemplars diaris de mitjana el 2012 i de 292.227 el 2013, a tot el territori espanyol. Quant a la penetració a Catalunya, el Baròmetre li atribueix 219.000 lectors el febrer de 2012 i 190.000 el novembre de 2013. En la versió en línia, en canvi, l'EGM li dona uns totals de 3.685.000 visites mensuals el mes de març de 2012

i 4.278.000 el novembre de 2013. És destacable que durant aquest període, *El País.com* va publicar un especial interactiu multimèdia sobre els desnonaments, titulat “*En la calle*”, que va tenir una repercussió considerable a les

xarxes socials i en els entorns periodístics. Aquest especial i el publicat per l'*Ara* ja referenciat serien dos exemples clars del nou periodisme multimèdia que s'ha introduït al sector arran de la irrupció dels avenços tecnològics.

Taula 1. Audiència i difusió dels principals diaris presents a Catalunya segons dades de 2012 i 2013, ordenats de més a menys difusió de 2013.

Audiència (lectors de diaris en milers)								Difusió (mitjana d'exemplars diaris)			
Nom de la publicació	Baròmetre			Baròmetre-EGM				Introl-OJD			
	2012 (onades)			2013 (onades)			var. * %	gen.-des. 2012	jul. 2012- juny 13	gen.-des. 2013	var. ** %
	1a	2a	3a	1a	2a	3a					
Prensa generalista											
El País	219	218	221	180	188	190	-13,24	324.814	304.241	292.227	-10,03
El Mundo	74	70	65	58	63	52	-29,72	206.007	187.517	172.427	-16,3
la Vanguardia	818	817	840	763	724	730	-10,75	172.263	164.784	152.320	-11,57
ABC	19	17	16	—	—	—	—	171.969	153.645	140.049	-18,56
El Periódico	714	683	667	563	565	549	-23,1	107.512	104.639	101.053	-6,00
La Razón	27	27	24	20	22	23	-14,81	90.902	88.217	85.135	-6,34
El Punt Avui	208	202	200	152	146	144	-30,76	26.513	25.168	24.201	-8,72
Ara	109	116	121	104	96	97	-11,01	—	15.071	15.787	4,75
Prensa local											
Segre	117	118	118	107	104	96	-17,94	10.649	10.360	10.102	-5,13
Diari de Tarragona	113	108	103	100	105	104	-7,96	10.288	9.972	9.823	-4,51
Regió 7	58	51	45	39	39	38	-34,48	6.391	6.162	5.988	-6,3
Diari de Girona	54	57	55	32	38	43	-20,37	6.181	6.031	5.802	-6,13
Diari de Terrassa	34	39	39	—	—	—	—	3.893	3.577	3.338	-14,25
Diari de Sabadell	38	41	34	—	—	—	—				
La Mañana	38	34	32	—	—	—	—	3.425	3.066	2.823	-17,57
Prensa esportiva											
Marca	263	258	249	202	206	220	-16,34	214.523	196.288	181.416	-15,43
As	160	155	140	110	114	127	-20,62	180.014	166.571	158.164	-12,13
El Mundo Deportivo	527	495	461	400	380	372	-29,41	81.420	75.075	71.219	-12,52
Sport	428	406	391	366	363	337	-21,26	76.638	69.190	65.163	-14,97
El 9 esportiu	48	34	28	—	—	—	—	—	—	—	—
Prensa econòmica											
Expansión	28	30	32	30	32	29	3,57	33.878	32.013	30.464	-10,07
Cinco días	9	8	9					31.120	30.678	28.908	-7,1
El economista	22	22	18	—	—	—	—	20.326	18.603	17.130	-15,72
Prensa gratuïta											
20minutos	412	384	356	390	327	279	-32,28	605.241	472.493	392.737	-35,11

* Variació entre la primera onada de 2012 i l'última de 2013 ** Variació entre 2012 i 2013

Font: Elaboració pròpia amb dades del Baròmetre, l'EGM i Introl/OJD.

Taula 2. Audiència a Internet dels principals diaris generalistes de difusió a tot Espanya segons visitants únics mensuals, ordenats de més a menys, segons l'última onada de 2013.

2012	2013					
Nom de la publicació	Febr.-març	Abril-maig	Oct.-nov	Febr.-març	Abril-maig	Oct.-nov
El País	3.685.000	3.815.000	3.886.000	4.449.000	4.484.000	4.278.000
la Vanguardia	845.000	895.000	1.088.000	1.119.000	1.182.000	1.186.000
ABC	1.041.000	941.000	994.000	1.207.000	1.212.000	1.094.000
El Periódico	833.000	793.000	869.000	955.000	1.057.000	1.029.000
La Razón	557.000	613.000	641.000	767.000	631.000	540.000
Público.es	1.160.000	863.000	955.000	—	—	—

Font: Elaboració pròpia amb dades de l'EGM.

2.1.3 Diaris digitals generalistes

Les dades de la taula 3 d'audiències dels principals diaris catalans a Internet segons l'OJD Interactiva (falten a la taula les dades de *La Vanguardia* i *El Periódico*) constaten que, al costat dels diaris que tenen producte en paper i versió digital com, per exemple, l'*Ara* i *El Punt Avui*, tenen una presència important alguns diaris com ara *Naciódigital.cat*, *Vilaweb* i *Racó Català*. Tots aquests diaris esmentats constitueixen, doncs, el conjunt de capçaleres de la premsa catalana amb més audiència a Internet.

En aquest sector es poden esmentar alguns fets. En primer lloc, cal destacar la desaparició el juny del 2012 de *Lamalla.cat*, el diari digital que la Diputació de Barcelona havia impulsat el 1999 i que era, per tant, un dels pioners en aquest sector a Catalunya. Amb tot, no va desaparèixer totalment sinó que es va transformar en *La Xarxa*, canal de notícies amb un enfocament diferent. Cal destacar també que *NacióDigital.cat* ha viscut una expansió important paral·lela al seu creixement d'audiència en el període analitzat amb l'aparició de noves edicions territorials (que es comentaran a l'apartat següent), així com de temàtiques, com ara *NaciólaFlama.cat*, dedicada a la cultura i a les festes d'arrel popular de Catalunya, nascuda l'octubre de 2012. Per la seva banda, *elSingular.cat*, un mitjà clarament centrat en temàtica política, va canviar de director a l'inici del període estudiat: el gener de 2013 Lluís Bou va substituir Rafael de Ribot.

2.2 Premsa local

El reforçament de l'entorn comunicatiu local és un fenomen característic d'aquests darrers anys a Catalunya. Una de les actuacions notòries del període estudiat és "el foment de l'espai comunicatiu batejat com a 'hiperlocal' en els formats digitals, a remolc de la llarga tradició d'edicions territorials en la premsa de paper" (Corbella, 2013, 23). A les edicions locals (digitals) de diaris com *La Vanguardia*, s'hi afegirien fenòmens com els de *Regió 7* o *Diari de Girona*, que a desembre de 2013 tenien 38.000 i 43.000 lectors diaris, respectivament, i una distribució de poc menys de 6.000 exemplars cada un, però en canvi una forta presència a Internet, amb 144.000 i 233.000 visites mensuals a les pàgines web respectives. En l'àmbit local, cal destacar també que l'1 de gener de 2013 el *Diari de Sabadell* va deixar de ser un diari i des de llavors es publica només tres dies a la setmana: dimarts, dijous i dissabte.

En aquest àmbit es van donar altres fets destacables: a partir del 2 de desembre de 2013, les editores d'*El Punt Avui*, *El 9 Esportiu* i *El 9 Nou* van començar a distribuir les tres capçaleres de manera conjunta en l'àmbit d'actuació d'*El 9 Nou*. Així doncs, dilluns i divendres (els dies que es publica *El 9 Nou*), els lectors del Vallès Oriental, Osona i Ripollès subscrits reben les tres capçaleres juntes (Comunicació, 2013b, 21). Això s'afegeix al fet que des de l'estiu de 2013 *El 9 esportiu* es distribueix gratuïtament amb *El Punt Avui*, tot i que continua venent-se per separat als quioscos.

El fenomen de la premsa local o territorial s'ha estès també de manera significativa entre els diaris digitals. En aquest sector alguns dels principals mitjans generalistes han anat obrint edicions territorials en els darrers anys. En el període estudiat, cal esmentar les promogudes pel diari *NacióDigital.cat* o en col·laboració amb el grup *DelCamp.cat*. Així, per una banda, des de *NacióDigital.cat* es van crear: *La Torre del Palau*, a Terrassa (en versions digital i impresa); *BaixMontseny.info*, edició territorial

amb seu a Sant Celoni, que cobreix el nord-est del Vallès Oriental i part de la Selva, i *NacióGranollers.cat*, que integra continguts de l'anterior *VallèsOriental.com*. Per l'altra, conjuntament amb *NacióDigital.cat* i *DelCamp.cat*, es van crear: *laConcaDiari.cat*, edició territorial de la Conca de Barberà amb centre a Montblanc; *ReusDiari.cat* i *TarragonaDiari.cat* (després *NotíciesTarragona.cat*), edicions locals, i *BaixGaiàDiari.cat*, edició territorial d'aquesta comarca amb centre a Torredembarra.

Taula 3. Audiència a Internet dels principals mitjans digitals catalans, ordenats de més a menys segons dades del mes de desembre de 2013.

2012	2013					
Nom de la publicació	Febrer	Juliol	Desembre	Febrer	Juliol	Desembre
<i>Ara.cat</i>	1.067.383	1.206.240	1.371.586	1.240.976	1.179.365	1.578.534
<i>NacióDigital.cat</i>	372.136	550.745	546.824	601.567	680.121	1.236.496
<i>Vilaweb</i>	537.613	519.989	641.154	644.090	747.061	844.437
<i>El Punt Avui</i>	522.512	545.321	568.002	569.914	593.197	680.980
<i>Racó Català</i>	260.780	229.259	299.304	275.781	219.008	318.155
<i>Diari de Girona</i>	—	244.473	203.146	237.900	262.251	233.183
<i>e-notícies</i>	—	168.243	194.422	194.636	238.382	195.519
<i>elSingular.cat</i>	—	—	—	111.940	128.739	172.853
<i>Directe.cat</i>	157.612	113.040	148.084	154.439	172.704	164.330
<i>Regió 7</i>	—	133.668	165.648	129.897	150.969	144.032

Font: Elaboració pròpia amb dades d'OJD Interactiva.

2.3 Premsa esportiva

El canvi en la distribució d'*El 9 esportiu* és el fet més destacable en aquest subsector de la premsa a Catalunya. A la resta de diaris esportius es va mantenir la mateixa tendència que a la premsa generalista: pèrdua de distribució i de lectors i augment de visitants a les pàgines web. A Catalunya *El Mundo Deportivo*, del Grup Godó, es va mantenir lleugerament per davant del diari *Sport*, del Grup Zeta, i en tot el bienni van ser el tercer i el quart diaris impresos més llegits, darrere de *La Vanguardia* i *El Periódico*. A tot l'Estat, *Marca* es va mantenir com el diari més llegit en les sis onades de l'EGM, seguit en tercer lloc (després d'*El País*), pel diari *As*. A Internet, l'ordre és el mateix, segons l'EGM.

2.4 Gratuïts

En l'àmbit de la premsa de paper gratuïta cal destacar en aquest període la desaparició dels diaris *ADN* i *Qué*, fet que va deixar *20minutos* com a diari imprès de distribució gratuïta principal, amb unes xifres considerables però amb la mateixa tendència que en els mitjans de pagament: pèrdua de distribució i de lectors (de 605.000 exemplars el 2012 a 392.000 el 2013 i de 412.000 lectors el febrer de 2012 a 279.000 el desembre de 2013). En canvi, però, manté una presència elevada a Internet: més de 21 milions de visites el desembre de 2013, xifra que situa *20minutos.es* com el diari digital de màxima audiència de tots els que estan auditats per l'OJD.

3 REVISTES

L'evolució en el consum de la premsa no diària va seguir en el bienni 2012-2013 la mateixa tendència que en la diària. Va patir una davallada de difusió i de nombre de lectors ja destacada en l'*Informe de la Comunicació a Catalunya 2011-2012*, "en alguns casos emmascarada amb la distribució d'exemplars sense cost per als lectors", cosa que no va evitar "la reducció de la dimensió de les redaccions mitjançant retallades de plantilles i tancament de capçaleres" (Corbella, 2013, 32). Al 2012, a Catalunya, al capdamunt del rànquing hi havia títols de l'anomenada premsa del cor en castellà com ara *Pronto*, *Hola*, *Lecturas*, *Cuore*, *Diez Minutos* i *Semana*

en la classificació de revistes setmanals o quinzenals elaborada pel Baròmetre.

Aquesta mateixa entitat auditava a part les revistes mensuals, al capdavant de les quals hi havia *Muy Interesante*, *National Geographic*, *Saber Vivir* i, en quarta posició, la primera revista en català, *Sàpiens*. Al 2013, ja en col·laboració amb l'EGM, les xifres d'audiència es presenten sense aquesta distinció i les revistes més llegides continuen sent, en aquest ordre, *Pronto*, *Muy Interesante*, *Hola* i *Lecturas*, però sense dades sobre *Sàpiens*. És destacable que en tots aquests títols esmentats, quan s'observen les dades de difusió facilitades per l'OJD hi ha una davallada clara excepte en dos casos: *Lecturas*, *Semana* i *Saber Vivir* (vegeu la taula 4).

Taula 4. Difusió de les revistes principals a Catalunya, ordenades de més a menys, segons les dades de 2013.

Nom de la publicació	Gen.-des. 2012	Jul. 2012-juny 2013	Gen.-des. 2013	Variació 2012-2013
<i>Pronto</i>	904.149	888.665	876.925	-3,1
<i>Hola</i>	417.248	400.939	399.007	-4,57
<i>Saber Vivir</i>	235.375	247.265	275.039	14,42
<i>Diez Minutos</i>	260.611	247.893	237.280	-9,83
<i>Lecturas</i>	181.117	187.759	186.172	2,71
<i>Semana</i>	148.587	147.924	149.040	0,30
<i>Muy Interesante</i>	157.561	150.154	138.744	-13,56
<i>National Geographic</i>	147.239	145.572	136.560	-7,82
<i>Cuore</i>	159.490	130.300	110.158	-44,78
<i>Sàpiens*</i>	17.116	15.908	15.286	-11,97

* Les dades són dels anys 2011, 2012 i 2013.

Font: Elaboració pròpia amb dades d'Introl/OJD.

4 MITJANS NASCUTS EN EL PERÍODE 2012-2013

El panorama presentat fins ara mostra la situació de la premsa amb més impacte i visibilitat entre la població catalana, és a dir, la que apareix en els primers llocs dels rànquings d'audiència i de difusió tant en versió impresa com digital. És interessant complementar aquesta panoràmica amb la relació, encara que no sigui exhaustiva, dels nous mitjans apareguts durant el període.

Per respondre l'enunciat d'aquest apartat no disposem d'una font de dades precisa i exhaustiva. La font més interessant és el recull de nous mitjans apareguts des de

2008 a Espanya que fa l'Asociación de la Prensa de Madrid (APM) i que publica a l'*Informe anual de la profesión periodística* (Palacios, 2013) així com al seu web (APM, 2013). A l'Informe apareix la relació de mitjans (sense especificar els anys de creació) com també el conjunt de dades agrupades per anys (tants nous mitjans el 2012 i tants el 2013). Al web de l'APM s'ofereix el llistat de les capçaleres amb les dates de creació, si bé no hi consten les dates a tots els casos.

La consulta d'aquest llistat ha permès identificar sis noves publicacions periodístiques catalanes (independentment de les noves edicions territorials o locals de

diaris existents, que s'han comentat abans). S'entén per *nova publicació periodística catalana* la publicació en què es pot identificar una redacció ubicada a Catalunya o que té responsables catalans, si bé no sempre és fàcil obtenir aquesta informació en els casos de petits mitjans digitals en els quals no es fa constar una redacció en una determinada ciutat. Aquesta és la relació dels mitjans identificats:

243cat. Jugant amb l'equívoc en el nom (que es pot confondre amb el del canal informatiu 324 de la CCRTV), declara la intenció d'oferir una posició independent de la política catalana, amb una visió crítica vers els poders econòmics i el govern de Catalunya.

Catalunya plural és un diari digital associat al mitjà espanyol *eldiario.es*, que comparteix la línia editorial de "constituir un pont entre les dues realitats", l'espanyola i la catalana.

Circ de Tarragona. Clar exemple de nou mitjà digital local, en la línia de molts d'altres d'apareguts durant els darrers anys. Dirigit per Sergi Casado, es proposa "ser l'element de cohesió entre la ciutadania i els principals actors del món polític, social, econòmic, cultural, associatiu i esportiu de Tarragona". Es va estrenar ja amb aplicacions per a telèfon intel·ligent.

Culturón. Blog d'informació de cultura i espectacles (teatre, música, cinema, art, sèries de TV) amb atenció especial a l'agenda cultural de Barcelona i de Madrid, dirigit per Jordi San Ildefonso. L'objectiu és "dar visibilidad a la cultura independiente y saciar esa necesidad de un escaparate a las nuevas caras que surgen en el mundo cultural".

Gadwoman. Es defineix com a revista femenina de tecnologia. És, per tant, una publicació hiperespecialitzada, creada a partir de la intersecció tecnologia i dona. Coordinada per dues periodistes de tecnologia, Carmen Jané i Toñi Herrero, informa amb una perspectiva femenina de les novetats en Internet, telefonia mòbil, electrodomèstics, videojocs...

Núvol. Probablement sigui el mitjà digital més interessant aparegut durant el període estudiat. En dos anys (va nèixer el 2012) s'ha convertit en tot un referent de la informació cultural a Catalunya. Editat per Bernat Puigtoella, pretén fomentar la reflexió al voltant de diferents nínxols temàtics culturals que normalment no tenen cabuda als mitjans

de comunicació. Manté col·laboracions amb el col·lectiu d'humor gràfic El Web Negre i la revista *L'Avenç*. Ha rebut diversos premis, com el premi LletrA de projectes digitals 2012, atorgat per la Fundació Prudenci Bertrana i la Universitat Oberta de Catalunya, i el premi Pompeu Fabra de comunicació i noves tecnologies el 2014. El juny de 2013 va registrar 54.273 usuaris únics mensuals, cosa que el situava al capdavant del rànquing de capçaleres digitals culturals o especialitzades auditades per l'OJD⁴.

En resum, pel que fa a les noves capçaleres detectades, s'ha pogut apreciar una diversitat d'enfocaments significativa, on tenen cabuda la informació generalista política en l'àmbit català (*423, Catalunya plural*), la informació local (*Circ de Tarragona*) i, especialment, la informació especialitzada, en aquest cas en art i cultura (*Núvol, Culturón*), o fins i tot hiperespecialitzada (*Gadwoman*), bon exemple de la diversitat de camins pels quals pot transitar el periodisme català.

BIBLIOGRAFIA

AIMC. *Datos EGM. Resumen general*. <<http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>>. [Consulta: 30/06/2014].

AIMC. *Audiencia de Internet en el EGM*. <<http://www.aimc.es/-Audiencia-de-Internet-en-el-EGM-.html>>. [Consulta: 01/07/2014].

Asociación de la Prensa de Madrid (APM). *Nuevos medios lanzados por periodistas*. <<http://www.apmadrid.es/noticias/generales/nuevos-medios-lanzados-por-periodistas?Itemid=209>>. [Consulta: 21/07/2014].

Comunicació 21 (2013). "El Punt Avui limita a deu els articles gratuïts mensuals al seu web". 24 d'octubre. <<http://comunicacio21.cat/2013/10/el-punt-avui-limita-a-deu-els-articles-gratuïts-mensuals-al-seu-web/>>. [Consulta: 09/07/2014].

Comunicació 21 (2013). "El Punt Avui suma esforços amb Vilaweb i El 9 Nou". 29 de novembre. <<http://comunicacio21.cat/2013/11/el-punt-avui-suma-esforços-amb-vilaweb-i-el-9-nou/>>. [Consulta: 09/07/2014].

⁴. [http://ca.wikipedia.org/wiki/N%C3%BAvol_\(publicaci%C3%B3_digital\)](http://ca.wikipedia.org/wiki/N%C3%BAvol_(publicaci%C3%B3_digital))

Corbella Cordoní, Joan M. (2013). "La premsa". A: Civil i Serra, Marta; Blasco Gil, José Joaquín; Guimerà i Orts, Josep Àngel (ed.). *Informe de la Comunicació a Catalunya. 2011-2012*. Barcelona: INCOM-UAB/Generalitat de Catalunya, p. 17-35.

Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura (FUNDACC). *Baròmetre de la Comunicació i la Cultura*. <<http://www.fundacc.org/fundacc/ca/dades/informe-public-i-gratuit.html>>. [Consulta: 30/06/2014].

Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura (FUNDACC)/AIMC. *EGM Baròmetre Catalunya*. <<http://www.fundacc.org/fundacc/ca/dades/informe-public-i-gratuit.html>>. [Consulta: 30/06/2014].

Gutiérrez, Alex (2013). "Mònica Terribas: 'Els periodistes som incòmodes per definició'". *Diari Ara*, 1 d'agost. <http://www.ara.cat/premium/media/Monica-Terribas-periodistes-incomodes-definicio_0_966503370.html>. [Consulta: 30/06/2014].

Información y Control de Publicaciones (Introl). *Informes de la OJD*. <<http://www.introl.es/>>. [Consulta: 30/06/2014].

"Nace e-Periódico, el primer diario de la generación digital" (2011). *El Periódico*, 1 de febrer. <<http://www.elperiodico.com/es/noticias/sociedad/20110201/nace-e-periodico-primer-diario-generacion-digital/688087.shtml>> [Consulta: 30/06/2014].

"El País se refuerza en Cataluña con Lluís Bassets" (2012). *El País*, 26 de maig. <http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/05/26/actualidad/1338053858_992372.html>. [Consulta: 01/07/2014].

Palacio Llanos, Luis (dir.) (2013). *Informe anual de la profesión periodística 2013*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid (APM).

Disponible a:

<http://www.raco.cat/index.php/AnuariObservatori>

Franch, Pere; Guallar, Javier. "Diaris i revistes: panoràmica editorial i d'audiències a Catalunya (2012-2013)". *Anuari de l'Observatori de Biblioteques, Llibres i Lectura*, Vol. 3 (2014), p. 35-45.

<http://www.raco.cat/index.php/AnuariObservatori/article/view/282067>

Llicència Creative Commons

Reconeixement – NoComercial – SenseObraDerivada
(by-nc-nd): No es permet un ús comercial de la obra original ni la generació d'obres derivades.



Editors

Lluís Agustí
Maite Comalat

ANUARI

DE L'OBSERVATORI

DE BIBLIOTEQUES, LLIBRES I LECTURA

2014

